



**University of  
Zurich**<sup>UZH</sup>

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2008

---

## **Die Rezeption des Sports in den Medien (2., leicht überarbeitete Auflage)**

Edited by: Schramm, H

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-13278>

Edited Scientific Work

Originally published at:

Die Rezeption des Sports in den Medien (2., leicht überarbeitete Auflage). Edited by: Schramm, H (2008). Köln: Herbert von Halem Verlag.

SPORTKOMMUNIKATION III

Holger Schramm (Hrsg.)

# Die Rezeption des Sports in den Medien

Herbert von Halem Verlag

# Inhalt

HOLGER SCHRAMM	7
Vorwort	
 Kapitel 1	
WIEBKE LOOSEN	10
Sport als Berichterstattungsgegenstand der Medien	
 Kapitel 2	
CAMILLE ZUBAYR / HEINZ GERHARD	28
Zur Nachfrage nach Sportangeboten in den Medien	
 Kapitel 3	
ARTHUR A. RANEY	49
Motives for Using Sport in the Media: Motivational Aspects of Sport Reception Processes	
 Kapitel 4	
JÖRG HAGENAH	75
Einfluss von Persönlichkeit auf das Erleben von Sport in den Medien	
 Kapitel 5	
TILO HARTMANN	97
Parasoziale Interaktionen und Beziehungen mit Sportstars	
 Kapitel 6	
HOLGER SCHRAMM / MARCO DOHLE / CHRISTOPH KLIMMT	121
Das Erleben von Fußball im Fernsehen	

Kapitel 7	
RENÉ WEBER / VOLKER GEHRAU	143
Sportrezeption auf Mikroebene. Eine empirische Analyse der Rezeption von Fußballspielen im Fernsehen	
Kapitel 8	
THOMAS BRUNS	167
Struktur, Rezeption und Wirkung von Gewalt in der Sportberichterstattung	
Kapitel 9	
ULI GLEICH	183
Die Wirkung von Sportkommunikation: Ein Überblick	
HOLGER SCHRAMM	212
Nachwort	
Autorinnen und Autoren	215

## Vorwort

Sport in den Medien fasziniert eine Vielzahl von Menschen. Anders ist es nicht zu erklären, dass die Liste der Fernseheinschaltquoten jährlich von Sportereignissen angeführt wird. Selbst in Jahren ohne Sportgroßereignisse wie Olympische Spiele, Fußballwelt- oder -europameisterschaften stehen Übertragungen von Fußballspielen, Formel-1-Rennen oder Boxwettkämpfen ganz oben auf der ›Hitliste‹ der Deutschen. Bei anderen Nationen sieht es nicht anders aus, nur dass dort bisweilen andere Sportarten bevorzugt werden. So schauen beispielsweise die us-Amerikaner überproportional viel American Football, Basketball und Eishockey. Bei den Schweizern und Österreichern sind es hingegen alpine Skirennen, bei den Isländern Handballspiele und bei Norwegern der Skilanglauf. Diese Beispiele verdeutlichen, dass die landesspezifische Tradition von und Sozialisation mit bestimmten Sportarten sicher einen Teil der Zuschauerresonanz erklären dürften. Darüber hinaus sollten aber auch Faktoren des Rezeptionsprozesses, also Aspekte des unmittelbaren Erlebens von Sport in den Medien, ihren Erklärungsbeitrag liefern.

Band 3 der Reihe *Sportkommunikation* hat sich zum Ziel gesetzt, die Rezeption bzw. das Erleben von Sport in den Medien systematischer zu hinterfragen als dies bisher in vergleichbaren Überblickswerken getan wurde. Im Mittelpunkt stehen weniger Angebots- und Nutzungszahlen bzw. die Frage, wer nutzt wann wie viel Sport, als vielmehr Erklärungen, warum sich so viele Menschen überhaupt dem Mediensport zuwenden, was sie bei der Rezeption erleben und welche Wirkungen die Auseinandersetzung mit dem Mediensport während und nach der Rezeption hat. Diese Fragen weisen auf die in der Kommunikationswissenschaft

bewährte Differenzierung von Medienrezeption in die präkommunikative Phase (Faktoren/Gründe der Zuwendung, Nutzungsmotive, Auswahlverhalten), die kommunikative Phase (Faktoren der Nutzung im engeren Sinn, Erlebensaspekte, situative Determinanten) sowie die postkommunikative Phase (Wirkungen, Aneignung und Verarbeitung). Auch dieser Band ist entlang dieser Phasen konzipiert:

In Kapitel 1 vermittelt WIEBKE LOOSEN zunächst einen Überblick über Sport als Berichterstattungsgegenstand der Medien, während CAMILLE ZUBAYR und HEINZ GERHARD in Kapitel 2 überblicks- und schlaglichtartig die Nachfrage nach dieser Sportberichterstattung (mit Fokus auf die Fernsehnutzung) zusammenfassen. Aufbauend auf diesen beiden grundlegenden Beiträgen sind die folgenden sieben Beiträge unterschiedlichen Phasen der Sportrezeption zuzuordnen. ART RANEY liefert in Kapitel 3 einen Überblick über Gründe und Motive, warum sich Menschen dem Sport in den Medien zuwenden. Jörg Hagenah schlägt in Kapitel 4 die ›Brücke‹ zwischen präkommunikativer und kommunikativer Phase, indem er ergründet, inwieweit Persönlichkeitsmerkmale die Zuwendung zu und das Erleben von Mediensport erklären können. Mit Kapitel 5 sind wir dann ›mitten‹ im Rezeptionsprozess. TILO HARTMANN beschreibt parasoziale Interaktionen und Beziehungen mit Sportlern (und insbesondere Sportstars) und wendet damit ein zentrales Konzept der Medienrezeptionsforschung auf den Forschungsgegenstand Sportrezeption an. Während die vorherigen Kapitel die Rezeption von Sport in den Medien eher ohne spezifischen Fokus auf bestimmte Sportarten behandelten, greifen HOLGER SCHRAMM, MARCO DOHLE und CHRISTOPH KLIMMT in Kapitel 6 die Fußballrezeption im Fernsehen heraus, um exemplarisch die große Bandbreite an Erlebensaspekte aufzuzeigen. Diesem primär theoretischen Beitrag folgt in Kapitel 7 von RENÉ WEBER und VOLKER GEHRAU eine innovative empirische Analyse der Rezeption von Fußballspielen im Fernsehen. Der anschließende Beitrag (Kapitel 8) von THOMAS BRUNS markiert wiederum die ›Brücke‹ zwischen kommunikativer und postkommunikativer Phase, da er sich nicht nur mit der Struktur von Gewalt in medialen Sportangeboten und ihrer Rezeption, sondern auch mit ihrer Wirkung beschäftigt. Bei der Konzeption des Buches wurde ganz bewusst ein Kapitel mit Fokus auf die Rezeption und Wirkung von Gewalt im Mediensport eingeplant, da dieses Thema seit Jahren die Medienwirkungsforschung und die öffentliche Diskussion beschäftigt. ULI GLEICH schlägt im abschließenden Kapitel 9 hingegen einen größeren

Bogen und skizziert überblicksartig das Spektrum an Wirkungen, die auf die Sportberichterstattung zurückzuführen sind.

Obwohl der Band kein Lehrbuch darstellt, so hat er zumindest den Anspruch, systematisch Felder der medialen Sportrezeption zu definieren und den Stand der Forschung auf diesen Feldern überblicksartig zu referieren. Da ein einziger Band dabei nie alle Felder aufarbeiten und alle Fragen beantworten kann, soll er als Startpunkt und Ideengeber für zukünftige Theoriearbeit und Forschung dienen.

Zürich, im April 2004  
Holger Schramm